

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

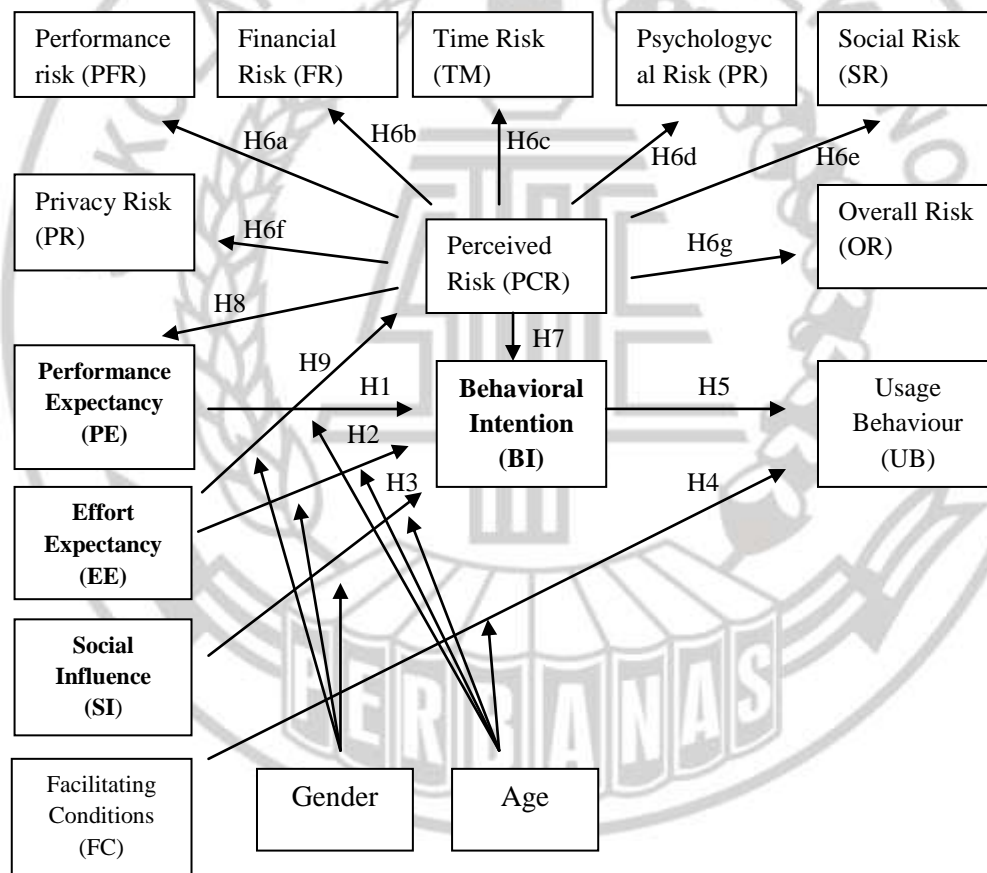
Pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini memerlukan rujukan dari teori dan penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu dirujuk untuk model pemikirannya, sedangkan pada teori dirujuk dari buku yang menyangkut tentang variabel-variabel yang diteliti. Berikut ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu beserta persamaan dan perbedaan yang mendukung penelitian ini.

2.1.1 Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic (2014)

Penelitian terdahulu pertama yang dijadikan rujukan adalah Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic (2014) yang berjudul *“Understanding The Internet Banking Adoption: A Unified Theory of Acceptancy and Use of Tecnology and Perceived Risk Application”*. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui hubungan efek UTAUT dan risiko yang dirasakan di dalam mempengaruhi niat perilaku dalam menggunakan *Internet Banking*.

Sampling yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini adalah mahasiswa dan mantan mahasiswa dari Universitas di Portugal sebanyak 726 responden dengan menyebar kuisisioner lewat e-mail. Namun dari 726 responden hanya 173 yang dapat divalidasi dan sisanya dikirim ke orang-orang yang tidak menanggapi setelah dua minggu proses pemurnian sebanyak 249 kasus yang valid dianalisis. Jumlah responden yang digunakan penelitian ini sebanyak 249

responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) adalah teknik analisis untuk pengujian dan memperkirakan hubungan kausal dengan menggunakan kombinasi data statistik dan asumsi kausal kualitatif. Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah dimana model UTAUT dan risiko yang dirasa dimana harapan terhadap kinerja, harapan usaha, dan perilaku sosial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Sumber : Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic (2014)

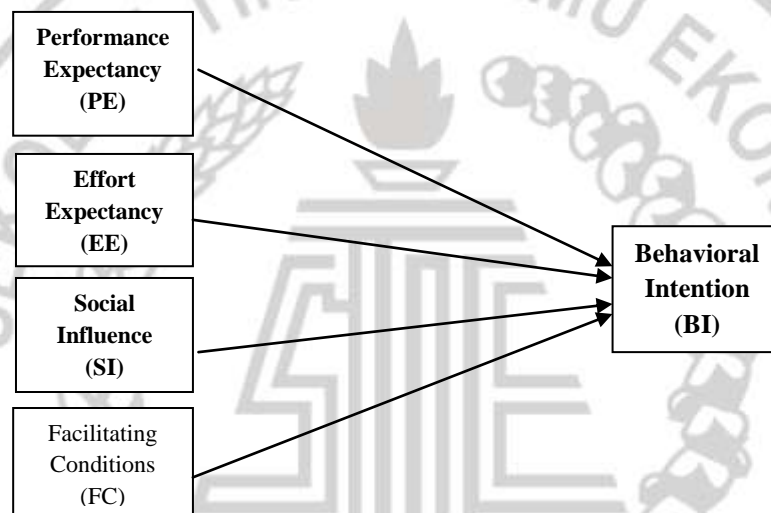
Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN CAROLINA MARTIN, TIAGO OLIVEIRA DAN
ALES POPOVIC (2014)

Persamaan penelitian Carolina Martin, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic dengan penelitian sekarang ini sama-sama meneliti tentang harapan terhadap kinerja, harapan usaha, dan pengaruh sosial sebagai variabel independen serta niat menggunakan sebagai variabel dependen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang ini tidak menggunakan variabel kondisi memfasilitasi, usia, dan jenis kelamin. Perbedaan lain terdapat pada alat penelitian yang digunakan oleh penelitian terdahulu menggunakan SEM namun penelitian sekarang menggunakan SPSS.

2.1.2 Joel S. Mtebe dan Roope Raisamo (2014)

Penelitian terdahulu kedua yang menjadi bahan rujukan adalah Joel S. Mtebe dan Roope Raisamo (2014) yang berjudul “*Investigating Students Behavioural Intention to Adopt and Use Mobile Learning in Higher Education in East Africa*”. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menyelidiki niat perilaku untuk mengadopsi dan menggunakan *mobile learning* dipendidikan tinggi di Afrika Timur yang menggunakan teori *Unified Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Temuan utama adalah bahwa keempat konstruksi tersebut memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat perilaku siswa untuk menggunakan pembelajaran *mobile*. Dalam penelitian ini mengumpulkan data menggunakan sampel kuesioner sebanyak 823 responden dari populasi siswa di Institusi Pendidikan Tinggi di Afrika Timur. Untuk menganalisis datanya menggunakan aplikasi SPSS dengan teknik regresi linier berganda.

Kesimpulan pada penelitian ini yaitu bahwa harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi memfasilitasi secara bersama-sama mempengaruhi niat menggunakan mobile learning dipendidikan yang lebih tinggi. Dalam arti bahwa temuan ini akan membantu mereka yang terlibat dalam perencanaan dan pengembangan untuk membuat layanan mobile yang relevan dan diterima peserta didik, dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Sumber: Joel S. Mtebe dan Roope Raisamo (2014)

Gambar 2.2
KERANGKA PEMIKIRAN JOEL S. MTEBE DAN ROOPE RAISAMO (2014)

Persamaan penelitian Joel S. Mtebe dan Rooper Raisamo dengan penelitian sekarang ini yaitu sama-sama menggunakan variabel harapan kinerja, harapan usaha, dan pengaruh sosial sebagai variabel independen, serta sama-sama membahas tentang niat menggunakan sebagai variabel depeden. Alat penelitian yang digunakan peneliti ini sama-sama menggunakan SPSS. Sedangkan perbedaanya adalah penelitian sekarang tidak menggunakan variabel kondisi

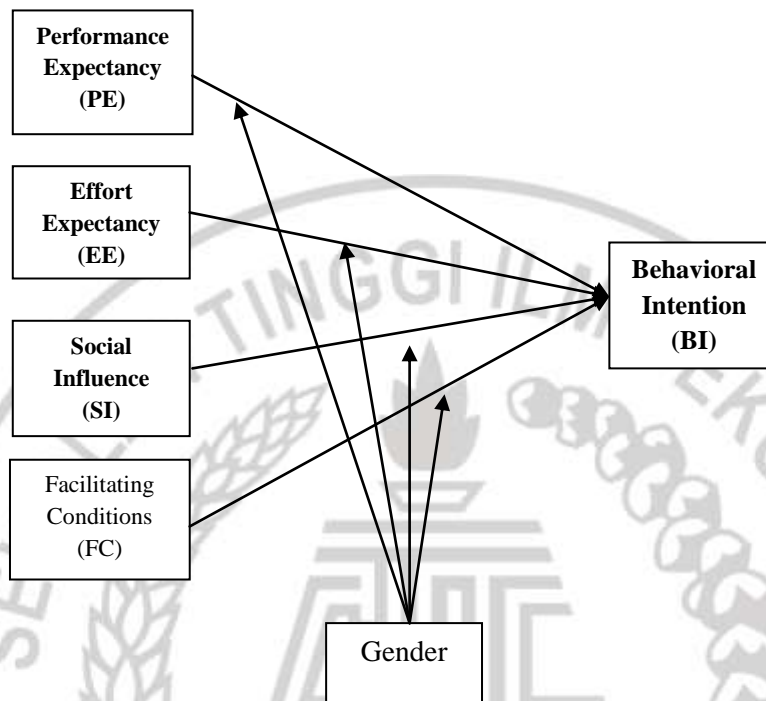
memfasilitasi dan penelitian terdahulu menyebar kuesioner di Afrika Timur sedangkan penelitian sekarang menyebarkan kuesioner di Surabaya.

2.1.3 R. Kristofus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto (2014)

Penelitian terdahulu yang ketiga yang menjadi bahan rujukan adalah R. Kristofus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto (2014) yang berjudul “Analisis Pengaruh Perbedaan Gender Pada Model UTAUT”. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan pengaruh gender pada model UTAUT. Empat variabel dalam UTAUT yang di pergunakan dalam mempengaruhi niat pengguna adalah harapan kinerja ,harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi memfasilitasi. Penelitian ini di lakukan pada Sekolah Tinggi Teknik Musi dan STIE Musi Palembang, yang melibatkan enam program studi mahasiswa aktif. Sebanyak 1500 mahasiswa sebagai populasi dan menggunakan pendekatan Slovin maka di ambil responden sebanyak 300 yang di ambil secara acak.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang di peroleh dari kuesioner yang dibagikan kepada para responden selama satu minggu dari 300 kuesioner yang disebarkan total 297 kuesioner yang di kembalikan dan kuesioner yang dapat di pergunakan sebanyak 293 kuesioner. Pengujian dilakukan dengan teknik analisis regresi linier. Analisis di ketahui bahwa variabel harapan terhadap kinerja, harapan usaha, dan kondisi memfasilitasi berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan, sedangkan variabel pengaruh sosial hasilnya tidak signifikan. Penelitian ini menemukan hasil analisis regresi yang hasilnya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pengaruh prediktor niat menggunakan antar pria dan wanita. Sedangkan variabel yang paling tinggi

pengaruhnya terhadap niat menggunakan adalah harapan kinerja, harapan usaha, dan pengaruh sosial dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Sumber : R. Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto (2014)

Gambar 2.3
KERANGKA PEMIKIRAN R.KRISTOFORUS JAWA BENDI DAN ARIF ALIYANTO (2014)

Persamaan penelitian R. Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto dengan penelitian sekarang ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independen harapan kinerja, harapan usaha, dan pengaruh sosial sedangkan variabel dependennya adalah niat menggunakan. Teknik analisis juga sama menggunakan regresi linier. Sedangkan perbedaanya penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang tidak menggunakan variabel kondisi memfasilitasi dan jenis kelamin.

Tabel 2.1
PERBANDINGAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN PENELITIAN
SEKARANG

Keterangan	Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic (2014)	Joel S. Mtebe dan Roope Raisamo (2014)	R. Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto (2014)	Muhammat Septiawan Prasetyo (2017)
Obyek Penelitian	Masyarakat daerah Portugal	Mahasiswa Institusi Pendidikan Tinggi di Afrika Timur	Mahasiswa di STT Musi dan STIE Musi Palembang	Pengguna <i>Internet Banking</i> Bank BNI di Surabaya
Variabel Bebas	Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh sosial, Kondisi Memfasilitasi, usia, jenis kelamin, Risiko yang Dirasa	Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Memfasilitasi	Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Memfasilitasi, Jenis Kelamin	Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial
Variabel Terikat	Niat Menggunakan	Niat Menggunakan	Niat Menggunakan	Niat Menggunakan
Instrumen Penelitian	Kuesioner	Kuesioner	Kuisisioner	Kuesioner
Teknik Sampling	Structural Equation Modelling (SEM)	Regresi Linier	Regresi Linier	Regresi Linier Berganda
Jumlah Responden	249	823	293	80
Teknik Pengambilan Sampel	Random sampling	Random sampling	Random sampling	Purposive Sampling
Lokasi	Portugal	Afrika Timur	Palembang	Surabaya
Hasil	Dimana model UTAUT dan resiko yang di rasakan secara signifikan mempengaruhi niat menggunakan. Dan pengaruh Harapan Usaha pada Niat Menggunakan akan menjadi positif dan dimoderasi oleh usia dan jenis kelamin.	Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial dan Kondisi Memfasilitasi secara signifikan mempengaruhi niat menggunakan	Menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pengaruh prediktor niat perilaku antar pria dan wanita. Sedangkan variabel yang paling tinggi pengaruhnya terhadap niat menggunakan adalah harapan kinerja	Harapan kinerja, harapan usaha, dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan <i>internet banking</i> BNI di Surabaya

Sumber: Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic (2014), Joel S. Mtebe dan Roope Raisamo (2014), dan R. Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto (2014)

2.2 Landasan Teori

Landasan teori ini akan menjelaskan beberapa teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti dan akan digunakan sebagai bahan acuan dalam penyusunan hipotesis serta analisis data. Dimana dalam penelitian ini ada beberapa variabel bebas yaitu harapan kinerja, harapan usaha, dan pengaruh sosial. Sedangkan variabel terikatnya yaitu niat menggunakan.

2.2.1 Harapan Kinerja

Harapan kinerja mencerminkan persepsi penggunaan perbaikan kinerja dengan menggunakan *Internet Banking* pada tugas-tugasnya, sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan *internet banking* akan membantu untuk mencapai keuntungan dalam tugas-tugas perbankan. Menurut Zhou, Lu, dan Wang dalam jurnal Carolina Martins *et. al* (2014 : 4), Hal ini mencerminkan persepsi pengguna dari peningkatan kinerja dengan menggunakan internet perbankan seperti, kemudahan pembayaran, respon cepat, dan efektifitas layanan. Kinerja yang diharapkan dalam menggunakan *internet banking* akan memudahkan dalam pembayaran, respon yang dijalankan oleh aplikasi *internet banking* akan berjalan lebih cepat, dan efektif dalam hal waktu dan layanan terhadap nasabah akan jauh lebih baik.

Seorang individu meyakini bahwa dengan menggunakan sistem yang ada di perbankan akan membantu dalam meningkatkan kinerjanya secara terstruktur dengan baik. Konsep ini menggambarkan manfaat sistem untuk pemakaian yang berkaitan dengan kesesuaian kerja serta keuntungan relative dalam menggunakan *internet banking* di bank.

Harapan kinerja yang diharapkan nasabah diyakini mempunyai peranan yang besar dalam evaluasi kualitas produk (barang atau jasa) dan kepuasan nasabah. Kualitas layanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan nasabah. Apabila kinerja yang dilakukan sesuai dengan harapan yang diinginkan maka kualitas kinerja tersebut baik dan sesuai dengan harapan. Apabila kinerja yang dirasakan tidak sesuai dengan kinerja yang diharapkan maka kualitas kinerja tersebut bisa dibilang buruk dan tidak sesuai dengan harapan.

Harapan kinerja dijelaskan dalam jurnal Carolina Martins *et. al* (2014) mengatakan bahwa harapan kinerja dapat diukur dengan indikator yaitu *Internet banking* berguna untuk memudahkan transaksi perbankan saya , *internet banking* dapat membantu mengerjakan transaksi perbankan dengan lebih cepat, *internet banking* membuat pengguna lebih produktif, dan *internet banking* membuat pengguna bisa bekerja lebih baik.

2.2.2 Harapan Usaha

Harapan usaha adalah harapan akan tingkat kemudahan di dalam penggunaan *internet banking* untuk mempermudah dan memperlancar usaha perbankan. Kemudahan dalam pengguna *internet banking* yang didorong dengan fleksibel waktu, tempat, dan dapat dilakukan kapan dan dimana saja. *Internet banking* dapat diakses dengan mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Kemudahan penggunaan mengacu pada keyakinan bahwa pengguna teknologi baru merasa bahwa menggunakan produk atau layanan akan bebas dari usaha (Muhammad Ali Nasir, 2015). Jika semakin mudah penggunaan aplikasi yang

dipergunakan, suatu produk atau layanan akan lebih mungkin untuk diterima oleh nasabah.

Disediakannya fasilitas layanan *internet banking*, nasabah bank mendapatkan keuntungan berupa fleksibilitas untuk melakukan kegiatan setiap saat. Nasabah juga dapat mengakses layanan *internet banking* melalui personal komputer, ponsel atau media wireless lainnya. Namun demikian, layanan *internet banking* di setting sebagai sebuah channel baru dan *customer touchpoint*. Untuk membuat layanan *internet banking* memberi keuntungan, lembaga keuangan bank harus menyediakan bagian integral dari strategi multichannel yang membolehkan nasabah bagaimanapun, kapanpun, dan di mana pun mereka dapat bertransaksi. Sebagai dasar untuk menciptakan strategi multichannel, lembaga keuangan bank harus menyediakan fasilitas layanan *internet banking* yang nyata untuk semua informasi nasabah.

Bank menyediakan fasilitas layanan *internet banking*, nasabah mendapatkan keuntungan berupa fleksibilitas untuk melakukan kegiatan setiap saat. Usaha-usaha yang membuat nasabah dapat mengoperasikan internet banking dengan baik makin semakin banyak nasabah yang cenderung mengajak untuk menggunakan produk tersebut karena penggunaannya sangat mudah dan tidak sulit dan kemudahan tersebut membuat nilai positif terhadap bank itu sendiri. Dalam jurnal Carolina Martins *et. al* (2014) mengatakan bahwa harapan usaha dapat diukur dengan indikator yaitu paham bagaimana caranya menggunakan *internet banking*, mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan *internet*

banking, *internet banking* mudah digunakan, dan *internet banking* mudah dipelajari.

2.2.3 Pengaruh Sosial

Menurut Vankhates dan Davis dalam jurnal Ankit Kesharwani dan Shailendra Bingh Bisht (2011: 307) telah menemukan bahwa pengaruh sosial hanya memiliki dampak yang signifikan terhadap adopsi teknologi di bawah perintah yang mengharuskan. Terry dan Hogg dalam jurnal Ankit Kesharwani dan Shailendra Bingh Bisht (2011: 307-308) juga mengatakan telah setuju bahwa konstruk ini mempunyai konseptualisasi terbatas karena menekankan hanya pada bagian normatif dari keyakinan masyarakat sebagai lawan konteks sosial yang lebih luas. Oleh karena itu, para peneliti telah menyatakan kebutuhan untuk meneliti lebih jauh tentang mengartikulasikan hubungan antara pengaruh sosial dan penerimaan teknologi.

Faktor sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumen, faktor sosial yang dimaksud adalah kelompok referensi yang terdiri dari teman, teman sejawat, tetangga, keluarga, dan kelompok aspirasi. Menurut Setiadi (2013 : 12), pada umumnya orang sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi melalui 3 cara: Pertama, kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku gaya hidup baru. Kedua, mereka juga mempengaruhi sikap dan konsep jati diri seseorang karena orang tersebut ingin menyesuaikan diri. Ketiga, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

Pengaruh sosial dapat memberikan pengaruh kemajuan dalam kehidupan. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat mengubah nilai-nilai lama menjadi nilai-nilai baru yang mendorong berbagai inovasi yang dapat memudahkan kehidupan masyarakat menuju perubahan sosial kearah yang modern. Kemudahan dalam menggunakan alat produksi yang efektifas dan efisiensi dapat membantu pekerjaan menjadi lebih baik.

Pengaruh sosial menurut (Haryanto, 2012) berpendapat, bahwa pengaruh sosial secara umum dapat diartikan sebagai suatu proses pergeseran atau berubahnya struktur/tatanan didalam masyarakat, meliputi pola pikir yang inovatif, sikap, serta kehidupan sosialnya untuk mendapatkan penghidupan yang lebih bermartabat. Karena itu pengaruh sosial dalam mempengaruhi nasabah sangat positif dan efektif. Dalam jurnal Carolina Martins *et. Al* (2014) mengatakan bahwa pengaruh sosial dapat diukur dengan indikator yaitu melihat dari pengaruh perilaku nasabah, berfikir bahwa harus menggunakan *internet banking*, nasabah yang menggunakan *internet banking* memiliki gengsi yang lebih tinggi dibanding nasabah yang tidak menggunakan, *internet banking* mudah dipelajari, dan layanan *internet banking* adalah simbol status dilingkungan.

2.2.4 Niat Menggunakan *Internet Banking*

Niat menggunakan merupakan keinginan di dalam rangka memiliki, menggunakan atau membuang produk atau jasa. Agar dapat memahami perilaku daripada pengguna atau konsumen secara tepat pemasar perlu memperhatikan tindakan langsung yang di lakukan konsumen dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan barang atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2009 : 166)

mendefinisikan perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi serta proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat.

Manajer pemasar yang baik, tidak hanya berfokus pada bagaimana caranya agar produknya laku. Tetapi juga harus memahami mengapa konsumen memilih produk yang ditawarkan. Manajer pemasar yang baik akan berusaha untuk memahami perilaku konsumennya, khususnya pada faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan produknya. Ada dua faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan yang selanjutnya akan menentukan respon konsumen. Pertama adalah konsumen itu sendiri. Ada dua unsur dari konsumen itu sendiri yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan yaitu pikiran konsumen yang meliputi kebutuhan atau motivasi, persepsi, sikap, dan karakteristik konsumen yang meliputi demografi, gaya hidup dan kepribadian konsumen. Faktor kedua adalah pengaruh lingkungan yang terdiri atas nilai budaya, pengaruh sub dan lintas budaya, kelas sosial, *face to face group* dan situasi lain yang menentukan.

Tujuan pembeliannya atau menggunakan suatu produk atau jasa, konsumen dapat dikelompokkan menjadi konsumen akhir (individual) yaitu terdiri dari individu dan rumah tangga yang tujuan pembeliannya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau untuk dikonsumsi. Sedangkan kelompok yang lain adalah kelompok organisasional yang terdiri dari organisasi, pedagang,

pemakai industri dan lembaga non-profit yang tujuan pembeliannya adalah untuk memperoleh laba atau kesejahteraan anggotanya. Dalam jurnal *Carolina Martins et. al* (2014) mengatakan bahwa niat menggunakan *internet banking* dapat diukur dengan indikator yaitu berniat menggunakan pada *internet banking* pada bulan mendatang, prediksi menggunakan *internet banking* pada bulan mendatang, berencana menggunakan sistem pada bulan selanjutnya, berniat untuk melihat saldo rekening melalui *internet banking*, dan berniat untuk melakukan transaksi *internet banking*.

2.2.5 Pengaruh Harapan Kinerja Terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking*

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic (2014) menyatakan hubungan yang terjadi antara harapan kinerja dengan niat menggunakan *Internet Banking* merupakan faktor yang membuat harapan kinerja yang lebih baik dengan adanya tindakan atau perilaku bank terhadap nasabah agar hubungan yang timbul bisa positif dan diterima terhadap niat menggunakan *Internet Banking*.

Harapan kinerja juga memiliki hubungan timbal balik dengan niat menggunakan jika kinerja dari bank tersebut baik seperti pelayanan, kesopanan, kecepatan bank dalam melayani nasabah dengan baik maka harapan kinerja dapat berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *Internet Banking* jika timbal balik yang dilakukan bank ke nasabah negatif maka akan membuat hubungan bank dengan nasabah menjadi buruk.

2.2.6 Pengaruh Harapan Usaha Terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking*

Penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic (2014) menyatakan hubungan yang terjadi antara harapan usaha dengan niat perilaku dalam penggunaan *Internet Banking* merupakan faktor yang membuat pengguna untuk tetap menggunakan *internet banking* atau malah tidak. Penelitian sebelumnya juga yang di lakukan oleh R.Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto (2014) menyatakan faktor yang paling tinggi pengaruhnya terhadap niat perilaku penggunaan *internet banking* adalah harapan usaha.

Penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Carolina Martins, Tiago Oliveira, dan Ales Popovic serta R. Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto dapat di simpulkan bahwa semakin baik harapan usaha atau kemudahan yang di rasakan dalam penggunaan sistem layanan *Internet Banking* maka menjadikan para pengguna atau nasabah untuk tetap terus menggunakan layanan *Internet Banking*. Dan sebaliknya, apabila di rasa sistem layanan *Internet Banking* yang rumit menjadikan para pengguna untuk tidak menggunakan layanan *Internet Banking* lagi.

2.2.7 Pengaruh Sosial Terhadap Niat Menggunakan *Internet Banking*

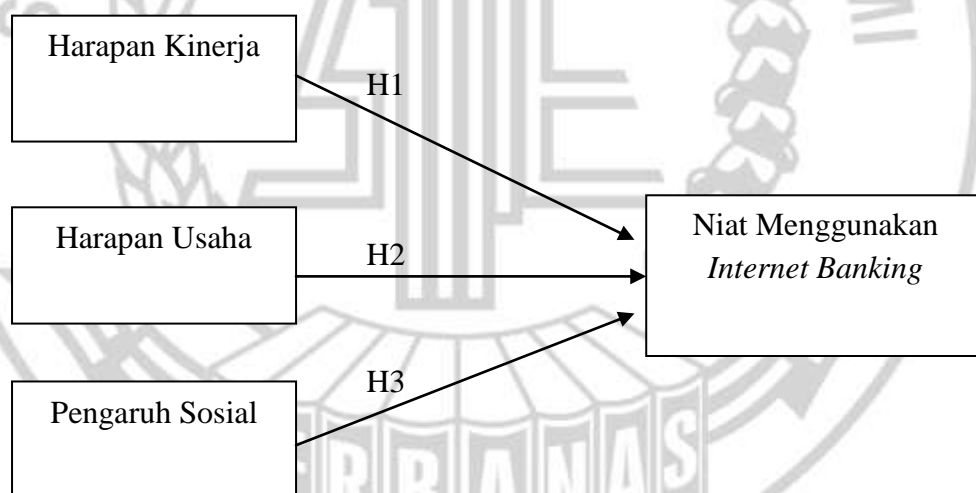
Pengaruh sosial yang positif membuat suatu perusahaan atau bank dapat membuat nama bank menjadi baik dikalangan masyarakat. Hal tersebut menjadi lebih baik dengan pengaruh sosial yang baik jika pengaruh sosial buruk dimasyarakat maka dapat berdampak buruk juga untuk perusahaan atau bank tersebut bisa dikatakan

memiliki penilain yang buruk dimasyarakat dan nama baik suatu perusahaan atau bank akan buruk untuk pengguna *internet banking*.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh R.Kristoforus Jawa Bendi dan Arif Aliyanto (2014) mengatakan pengaruh sosial positif dapat meningkatkan niat menggunakan *Internet Banking* yang memiliki hubungan yang baik, maka sebaliknya jika pengaruh sosial negatif maka juga berdampak negatif terhadap niat menggunakan *Internet Banking*.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian-uraian pada sub bab sebelumnya, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber : Data diolah

Gambar 2.4
KERANGKA PENELITIAN

2.4 Hipotesis Penelitian

Pada penelitian kali ini peneliti menyimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Harapan kinerja berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *Internet Banking* BNI di Surabaya.

H2 : Harapan usaha berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *Internet Banking* BNI di Surabaya.

H3 : Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *Internet Banking* BNI di Surabaya.

